

Ethnologische Bildforschung

I.

In seiner Instruktion für reisende Naturforscher von 1759 empfiehlt Carl Linnaeus (Carl von Linné) seinen Studenten, sich in der Malkunst zu üben, "da eine Abbildung das Aussehen eines Gegenstandes besser wiedergibt als eine Beschreibung, auch wenn diese mit der allergrößten Genauigkeit ausgeführt ist." Vielleicht bestimmte ihn der Mangel an eigener Begabung zum Zeichnen dazu, seinen Schülern diese Mahnung auf den Weg zu geben. Es wird wohl auch niemand die Richtigkeit von Linnés Auffassung bestreiten wollen. Bilder sind oft faktenreich und haben deshalb einen bedeutenden Quellenwert für den Ethnologen (Hansen 1969; 1980). Sie wurden daher von den Ethnologen als Quellen und Dokumente studiert. Sie wurden expressiv, als Kulturspiegel, verwendet. Eine solche sachorientierte Forschung war lange in der Ethnologie wie in der Folkloristik herrschend, wurde aber in letzter Zeit stark kritisiert. Bilder sollen nicht dazu verwendet werden, die Kultur in Segmente zu zerschlagen, wie in den modernen Sachbüchern, über die Kerstin Stjärne, eine schwedische Literaturhistorikerin, sagt: "Anstatt *den Menschen* in seiner sozialen Umwelt oder seinem politischen Zusammenhang zu sehen, wird uns ein disparates Kenntnis-Gemisch von kleinen und großen Dingen vorgesetzt: Haare, Regen, Wege, Mond, Ballons, Elektrizität, Zauberkünste, Eier, Länder, Kleider usw. usw." (Stjärne 1977: 168).

Die Kritik trifft leider auch viele Museumspublikationen. Material ("Messing"), Technik ("Wirkerei in flämischer Art") oder Funktion ("Heringsdosen und Seifenkartons") werden zu künstlichen gemeinsamen Nennern und können Themenbände in unendlicher Folge hervorbringen. Aber indirekt tragen sie auch dazu bei, die Fixierung auf das Material zu verstärken. Derartige Bücher sind gesucht, doch lehren sie uns wenig über den Menschen hinter den Dingen. Es ist charakteristisch, daß sogar die neue, außerordentlich gut redigierte Zeitschrift "Volkskunst" (Callwey Verlag, München) sich als "Zeitschrift für volkstümliche Sachkultur" vorstellt. Damit entzieht sie sich der wichtigen Aufgabe, ein Forum für eine Volkskunstdebatte zu bilden und wird ein Magazin für Sammler.

Eine Frage drängt sich auf: Kann der Ethnologe, der meint, den Menschen als Kulturwesen heute und gestern zu studieren, die Augen vor der Rolle des Bildes im Dasein des Menschen verschließen ohne Rücksicht darauf, ob dieses bildarm war wie in älterer Zeit oder bildreich wie in unserer eigenen?

Stichproben in unseren Volkskunde-Archiven zeigen, daß Angaben über die Rolle des Bildes als Mittel der Beeinflussung praktisch völlig fehlen und daß daher auch keinerlei Nachfrage nach ihnen bestand. Um etwas darüber zu erfahren, was Bilder für Menschen bedeutet haben, müssen wir uns an die schöne Literatur und an Memoiren halten, aber auch hier ist der Stoff mager.

II.

Die kommunikative Perspektive, die angefangen hat, Bedeutung in der Ethnologie zu bekommen, öffnet unsere Blicke für die instrumentale Bedeutung der Bilder, sowohl in der älteren Gesellschaft als auch in unserer eigenen. Beim nordischen Ethnologenkongress 1978 war "Kulturelle Kommunikation" das Thema. Damals war es noch nicht möglich, die neuen Perspektiven für die Bilder anzuwenden. Seit dieser Zeit hat sich aber die Forschung auf diesem Gebiet entwickelt. Das Projekt "Kommunikationsprobleme des Bildes und der Bildkunst während des 19. und 20. Jahrhunderts", das teilweise von der Ethnologie inspiriert und von Allan Ellenius in Uppsala initiiert wurde, beginnt Früchte zu tragen. Lena Johannessons Buch "Das in Massen produzierte Bild" mit dem Untertitel "Aus der Geschichte des Bild-industrialismus" (1978) legt gerade eine kommunikative Betrachtungsweise für das Bild an. Es ist eine breit inventierende Darstellung von Bildern, die vorher von Kunstgeschichtlern nicht analysiert worden sind: Öldruckbilder, Glanzbilder, Plakate, Ansichtskarten, ja sogar pornographische Bilder. Wenigstens einige Kunsthistoriker haben also ihre 'hochgelehrte' Attitüde aufgegeben und sich für Bilder interessiert, die für das Volk geschaffen und von ihm gebraucht wurden.

Wichtige Impulse für diese neue Bildforschung kommen von der deutschen Ethnologie, wo früh solches Material von Wilhelm Fraenger und Adolf Spamer, nach dem zweiten Weltkrieg von Forschern wie Martin Scharfe in Tübingen, Christa Pieske in Lübeck und Wolfgang Brückner in Würzburg, bearbeitet wurde. Brückners und Pieskes Ausstellung "Die Bilderfabrik" (1973) bedeutete einen Durchbruch für das Interesse an der "Druckgraphik" auch außerhalb der Volkskunde.

Eine Reihe theoretisch ausgerichteter Bildstudien wurde kürzlich zusammengestellt, und zwar zum einen im Rahmen des oben erwähnten Projektes in Uppsala (Jacobsson u.a. 1980) und zum anderen von ein paar dänischen Bildforschern (Fausing/Larsen 1980).

Diese neue kommunikativ eingestellte Bildforschung hat interdisziplinären Charakter. Es muß gleichwohl befürchtet werden, daß die Bildwissenschaft im Zeitalter der Kamera und des Fernsehens vor allem auf die moderne Bildproduktion ausgerichtet wird. Für eine allseitige bildwissenschaftliche Forschung sind jedoch verschiedene 'Einfallswinkel' erforderlich. An der Universität Lund haben sich durch Lehrstühle in Kunstsoziologie und in Drama, Theater und Film Möglichkeiten hierzu aufgetan. Auch die literaturwissenschaftliche Presseforschung hat einer interdisziplinären Bildforschung einiges zuzuführen (E. Johannesson 1980).

Allerdings ist es wichtig, daß die Ethnologen der Bildwissenschaft ebenfalls Impulse vermitteln. Es ist notwendig zu lernen, Bilder auf ähnliche Weise zu lesen wie Interviews, Texte, Noten und Gegenstände.

Ohne noch mehr zu einer Segmentierung der Ethnologie beitragen zu wollen, möchte ich für eine bildwissenschaftliche Forschung plädieren, die "Bildlore" genannt werden kann (analog zu 'Booklore', 'Masslore' usw.). Durch diese wertungsneutrale Bezeichnung vermeidet man die Belastung, die auf dem Forschungsgebiet Volkskunst durch die Begriffe "Volk" und "Kunst" so fühlbar geworden ist. Ein so benannter Forschungszweig bietet auch den Vorteil, daß er in eine schon etablierte Wissenschaft eingeordnet werden und aus ihr Nutzen ziehen kann. Umgekehrt kann er der Folkloristik und Ethnologie wertvolle Erkenntnisse zuführen. Deshalb finde ich es nicht gerechtfertigt, hier ein Forschungsprogramm zu skizzieren; ich möchte vielmehr versuchen, einige Prinzipien für das Forschungsfeld darzulegen. Dies geschieht am einfachsten durch einen Vergleich mit der Bildforschung wie sie früher innerhalb der Ethnologie betrieben wurde, d.h. namentlich als Volkskunsthochschule. Man könnte die Darstellung als eine Schwarz-Weiß-Malerei auffassen, doch steht dahinter vor allem die Absicht, den Unterschied zwischen dem neuen Ansatz und der bisherigen Volkskunsthochschule hervorzuheben, ohne der letzteren ihre Berechtigung abzuspochen. Nicht zuletzt im deutschsprachigen Gebiet hat man in jüngster Zeit versucht, den Begriff Volkskunst neu zu definieren und zu erweitern (Jacobsson u.a. 1980).

III.

Meine Forderungen möchte ich thesenartig zusammenfassen:

1. Die Volkskunsthochschule war auf die Provinz ausgerichtet, auf die dörflichen Stile, die z.B. in der Möbmalerei sowie der Wandbehang- und Wandmalerei ihren Ausdruck fanden. Wenngleich betont wurde, daß auch ein internationales Studium der Volkskunst von großem Interesse wäre, ist es in Skandinavien bei dergleichen programmatischen Erklärungen geblieben (Svensson 1972: 7 f.).

Die Bildlore muß wie die Folkloristik eine internationale Richtung erhalten. In einer Studie zu der Eelsequenz in Goyas Los Caprichos sagt Sten-Åke Nilsson, daß die volkstümliche Graphik "zu Goyas Zeit selbst eine 'universale Sprache' war, die auf Amsterdams und Roms Straßen, wie auch auf denen Madrids gesprochen wurde. Sie diente als ein Referenzrahmen für

Analphabeten, war aber kaum gangbar in den Salons dieser Zeit – eine Tatsache, die erklären kann, warum Goyas Radierungen recht unmöglich zu verstehen waren für diejenigen, die sie gewöhnlich in ihre Hände bekamen“ (Nilsson 1977: 56). Die „bürgerlichen“ Bilder waren auf der anderen Seite international gängig dank des internationalen bürgerlichen Geschmacks. Die massenproduzierten Bilder forderten einen internationalen Distributionsapparat. Farblithographien mit Texten auf schwedisch und anderen europäischen Sprachen wurden in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts sowohl von Gustav Kühn als auch von Oehmigke & Riemschneider in Neuruppin gedruckt. Die Öldruckbilder aus Frankfurt und Dresden hatten später eine gleich große Verbreitung wie die Poster, die heute von den Verkerke Reprodukties, Holland, distribuiert werden.

2. Das Präfix „Volk-“ in Volkskunst trug als solches zu einer Grenzziehung zwischen den Kunstarten verschiedener gesellschaftlicher Schichten bei, obgleich man sich bereits im 19. Jahrhundert der Verbreitung der Kultur von oben nach unten bewußt war und obgleich dieser Vorgang durch Hans Naumanns Begriff des gesunkenen Kulturgutes betont wurde. In der Praxis beschränkte sich die Volkskunsthochforschung meist auf die Kunst der ländlichen Bevölkerung und zwar vornehmlich der Großbauernschicht, die wirtschaftlich in der Lage war, ihre Häuser und Geräte ausschmücken zu lassen.

Die Bildlore muß alle sozialen Grenzen überschreiten in Hinsicht auf Bildproduktion wie Bildkonsum. Viele massenproduzierten Bilder gehen auf Werke von Dürer, Rafael, Titian, Guido Reni, Murillo, Rubens, van Dyck und Paul Delaroche zurück. Die frühesten Reproduktionen wurden im Bürgertum, spätere dann aber in Bauern- und Arbeiterkreisen verbreitet. Aber es gab auch trivialisierte Bildmotive, die innerhalb der bürgerlichen Kultur verblieben. Christa Pieske hat vor kurzem ein Beispiel hierzu in einer Studie über den von Lord Byron geschaffenen Helden Mazeppa gegeben (Pieske 1979).

Viele Bilder – das betrifft Einblattdrucke und Wandbehangmalerei – fanden ihren ersten Käufer in der oberen Schicht des Bauernstandes, aber nachdem sie allmählich gewöhnlicher und einfacher wurden, fand man sie auch in Knechte- und Mägdestuben. Bilder, die einmal für Erwachsene gedacht waren, verdankten ihre weitere Verbreitung den Kindern. Gewisse Bilder haben ihre Träger in subkulturellen Gruppen gehabt. Das gilt u.a. von den Tätowierungsbildern, aber auch „Brigadenmalerei“ und anderen Arten von Straßenmalerkunst (Sommer 1980).

In unserer Zeit bemerkt man eine immer größere Differenzierung der Bildwelt. Wir begegnen verschiedenen Arten von Bildern im Flur, Wohnzimmer, Schlafzimmer, in Küche und Toilette.

Es sind unterschiedliche Bilder, die wir im Kinderzimmer, Teenagerzimmer, beim Erwachsenen und bei alten Leuten finden. Andere Bilder als in der Wohnung werden in Fabriken, Werkstätten, Kasernen und im Büro aufgehängt. Verschiedene Bilder sind für verschiedene Situationen und verschiedene Betrachter bestimmt. Einige unserer Bilder zeigen wir mit Stolz. Andere verstecken wir und besehen sie vielleicht heimlich unter der Decke.

Es ist keine leichte Aufgabe, so differenzierte Bildbotschaften zu studieren. Glücklicherweise haben andere Forschungszweige schon gewisse Gruppen, wie das Bild im Kinderbuch beachtet (Fridell 1977).

3. Die Volkskunstforschung war nach kunstgeschichtlichem Vorbild vor allem historisch eingestellt. Wie auch das Studium der materiellen Kunst sonst, war sie an die vorindustrielle Periode geknüpft. Für die massenproduzierten Bilder hatte man kein Interesse.

Die Bildlore muß mit einer unbeschnittenen Zeitperspektive arbeiten, rückwärts und vorwärts. Mit der kommunikativen Perspektive hinsichtlich der Bilder entsteht nicht die belastende Fuge zwischen der "volkstümlichen" und der "mobilen" Kultur, um mit Sigurd Erixons Terminologie zu sprechen. Die volkstümlichen Bildbotschaften sind oft äußerst langlebig. Wir können sie vom Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert verfolgen. Im Unterschied zu der ikonographischen Forschung im Norden, die fast nur auf das Mittelalter zentriert war, ist es allerdings notwendig, die Bildbotschaften zeitlich weiter zu verfolgen, auch durch spätere Funktionsäquivalente. Unter solchen langen Zeitperspektiven ist es möglich, sowohl die Konstanz als auch die Veränderung der Bildbotschaft zu studieren. Es ist wichtig, daß wir nicht jene Bildbotschaften vernachlässigen, die uns auf einer Milchverpackung oder dem Umschlag einer Schallplatte begegnen.

4. Die Volkskunstforschung nahm gleich der Kunstwissenschaft eine qualitative Wertung ihres Forschungsmaterials vor. Die Beurteilung stützte sich vor allem auf ästhetische Kriterien. Die meisten Volkskunstforscher waren auch kunstgeschichtlich ausgebildet. Es ist charakteristisch für Volkskunstforscher, auch für die der jüngeren Generation, daß sie mit Stilbegriffen arbeiten, d.h. rein ästhetischen Kategorien.

Die Bildlore muß sich von qualitativen Beurteilungen des Bildmaterials befreien. Der norwegische Folklorist Reimund Kvideland schreibt: "Ob es ein Original eines großen Künstlers ist, eine 'balancierte' Kopie oder ein massenproduziertes Öldruckbild, spielt nicht die geringste Rolle, solange seine Botschaft vermittelt wird. Ausgangspunkt in der ikonographischen Forschung soll deshalb Intention, Funktion und Vermittlung von Bild zu Person sein" (Kvideland 1974: 32).

Man kann eher sagen, daß die Bildlore einen verbrauchsquantitativen Gesichtspunkt hinsichtlich ihres Materials anlegen muß. Je größer die Auflage, d.h. die Einflußmöglichkeiten eines Bildes, um so wichtiger ist es für die ethnologische Bildforschung. Für die Bildlore sind deshalb die "trivialen" Bilder besonders interessant.

Bildlore darf aber nicht als Studium der Bildseite dessen aufgefaßt werden, was im gewöhnlichen Sprachgebrauch 'Folklore' und im wissenschaftlichen Zusammenhang 'Folklorismus' genannt wird. Nichts hindert, daß der Ethnologe Bildbotschaften auf bemalten Autos oder Bilddrucke auf T-shirts untersucht, aber er muß sich auch für das Bildsortiment, das in einer Missionsbuchhandlung feilgeboten wird, interessieren. Der Grund ist offenbar: Ethnologie ist eine auf den Menschen ausgerichtete Wissenschaft, und Bilder aller Art, die von verschiedenen Kategorien von Menschen gebraucht wurden und werden, gehören deshalb zur Bildlore. In dem Maße, wie abstrakte Bilder etwa durch die Möbelfirma IKEA in größeren Volksgruppen verbreitet werden (Johannesson 1978), werden sie auch interessant für die Bildlore.

5. Der Volkskunstforscher distanzierte sich gleich anderen Humanisten von seinem Forschungsmaterial, indem er erklärte, daß er objektive oder nicht wertende Forschung betrieb. Solch eine neutrale Haltung legte ich selbst an, als ich Bilder und Dokumente untersuchte (Bringéus 1966; 1975). Die Quellenkritik darf aber keine *l'art pour l'art* werden. Eine voraussetzungslose oder objektive Bildforschung gibt es nicht. Die Voraussetzung trägt der Forscher selbst in sich in Form eines Bildsinns, in irgendeiner Richtung geschult, und in Form der Wertungen seiner Zeit, seiner Altersgruppe und der Umwelteinflüsse.

Betrachten wir Bilder als Instrumente der Kommunikation und nicht nur als Quellen und Dokumente, so entdecken wir, daß es "objektive" Bilder kaum gibt. Auch hinter so neutralen Bildzeichen, wie Verkehrszeichen sie darstellen, steht eine Ideologie. Sie wird gestützt durch Sanktionsmittel, die gegen denjenigen eingesetzt werden, der die Zeichen nicht respektiert. Aber noch gefährlicher kann es sein, gegen den Bildkodex des politischen Regimes oder der öffentlichen Moral zu verstoßen. Ein Regierungswechsel hat oft zu einem raschen Austausch von Bildern sowohl in öffentlichen Gebäuden wie in Privatwohnungen geführt. Auch Bilder aus Granit hat man umgestützt. In Schweden ist die moralische Bildzensur vornehmlich eine Angelegenheit der Familie und der Kirchengemeinschaft. So warnen westschwedische Katechismusausgaben vor "unanständigen Bildern, wie sie auch in den meisten Kinovorstellungen gezeigt werden". In mehreren osteuropäischen Staaten sorgt die sozialistische Gesellschaft für allumfassende Sauberkeit. Eine junge Zollbeamtin an der polnischen Grenze fragte mich vor einiger Zeit, ob ich pornographische illustrierte Zeitschriften in meinem Gepäck hätte. Die Frage ver-

mittelte einen höchst konkreten Einblick in die Tatsache, daß Bildzensur nicht nur der Vergangenheit angehört. Genau wie die Erzählerzensur (Gustavsson 1978) ist jedoch die Bildzensur ein praktisch unerforschtes Gebiet.

Die Bildlore muß sich darum bemühen, die Wertungen und Haltungen bloßzulegen, für welche die Bilder ein Ausdruck sind. Das ist geradezu die wichtigste Aufgabe der Bildlore. Sie erfüllt damit eine direkte gesellschaftliche Funktion. Sie kann dazu verhelfen, camouflierte Botschaften zu entziffern und den Menschen die Augen in bezug auf Bildmanipulation zu öffnen. Auf dieser Ebene erhält die Bildkritik eine mehr als akademische Bedeutung. Ein konkretes Beispiel liefern die Frankfurter Ethnologen unter der Leitung von Ina-Maria Greverus mit ihrer Analyse des modernen Tourismus. Ihr Forschungsbericht trägt den Untertitel "Ein kritisches Bilderbuch" (Beutel 1978). Die Redlichkeit fordert jedoch, daß die Forscher auch selbst die Voraussetzungen für ihre Bildkritik offenlegen. Ethnologische Bildforschung oder Bildlore kann, darf und muß vielleicht sogar werten. Die vom wissenschaftlichen Gesichtspunkt her damit verbundenen Gefahren sind nicht sehr groß, da die Bilder ja vorhanden sind und von anderen Wertungen ausgehend aufs neue geprüft werden können. In einem Land, das praktisch keine Bildzensur kennt, ist es richtig, verschiedenen Wertungen Raum zu geben, nicht zuletzt in Ausstellungszusammenhängen.

6. Die Volkskunstforschung betrachtete vereinzelte Objekte und exponierte sie als tote Museumsgegenstände. Nicht selten wurde die Volkskunst in besonderen Abteilungen mit raffinierten Exponierungsmethoden und wirkungsvoller Beleuchtung ausgestellt, losgerissen aus ihrem Zusammenhang. Der Ästhetizismus der Volkskunstforschung hat auch Spuren in den Ausstellungen hinterlassen. Man arbeitet mit Einzelwirkung und Massenwirkung, man sieht die Gegenstände in einer Perspektive, in der sie ursprünglich nie gesehen worden sind.

Die Bildlore muß die Bilder in ihrem Zusammenhang und als einen Teil des menschlichen Handelns studieren, nicht nur als Objekte zum Betrachten. In griechisch-orthodoxen Kirchen kann man sehen, wie kleine Kinder von ihren Eltern hochgehoben werden, um die Heiligenbilder küssen zu können. Dies wird zu einer Kulthandlung, die bei jedem Kirchenbesuch wiederholt wird. Die Älteren tragen nicht selten die Ikone des Hauses in die Kirche, um sie während längerer oder kürzerer Inkubationszeit mit neuer Kraft "laden" zu lassen. Dadurch kommen die Heiligen den Menschen näher, sagte mir kürzlich ein Gewährsmann auf Kreta (vgl. Rydén 1979).

Vor den Heiligenbildern kann man auch kleine Votivgaben in Form von in Aluminiumblech gepreßten Bildern sehen, die einen Knaben oder ein Mädchen, Mann oder Frau, Hand oder Fuß darstellen, je nach der Person oder

dem Gebrechen, wofür man Heilung gesucht hat. Wie in der römisch-katholischen Kirche kommen die Menschen auch außerhalb der Kirche bei Prozessionen mit den religiösen Bildern in Kontakt, die hierbei mit frommen Gebärden begrüßt werden. Zu diesen Kultbildern und diesem Bildkult gab es auch vor der Reformation Entsprechungen. Aber es hat den Anschein, als ob plastische Bilder in Form von Weihnatskrippen und Osterlandschaften heutzutage beginnen, eine neue Bedeutung auch im Gottesdienst innerhalb der schwedischen Kirche zu erlangen; gleichzeitig nehmen die Kirchenspiele, eine Art lebender Bilder, immer größeren Raum ein.

Auch außerhalb der religiösen Sphäre spielen die Bilder eine große Rolle im menschlichen Verhalten. Wolfgang Brückners Studie über die Effigienbilder vermittelt einen Einblick in die Handhabung von Bildern in älterer Zeit (Brückner 1966). Die gedruckten Bilderbogen, die durch deutsche Verlage und durch Illustrierte wie Allers Familjejournal verbreitet wurden, trugen seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts dazu bei, neue Arten von Verhalten zu Bildern vor allem bei Kindern und Jugendlichen zu schaffen. Die Mädchen beschäftigten sich mit Ausschneidepuppen und die Jungen bauten Papphäuser (Frøsig-Dalgaard 1978). Auf schwedischen Gütern scheint dies schon um 1850/1860 gewöhnlich gewesen zu sein (E. Johannesson 1980: 24). Aber die Ausschneidebilder konnten auch gebraucht werden, um Puppentheater und -figuren zum Aufkleben oder geklebt und fertig geschnitten zu verkaufen. Die Bilder gehörten zu Tableaus wie 'Aschenputtel', 'Der letzte Mohikaner', 'Elverhøj', 'Der Gjöinge-Häuptling' usw.; im Bildsortiment des Geschäfts waren auch Gänsespiel, Affenspiel, Puzzle usw. Zum Umgang mit Bildern bei Kindern gehört immer noch das Tauschen von Glanzbildern. Rafaels Engel haben ihre Rolle noch nicht ausgespielt (Rosander 1969).

Bei der Interaktion der Erwachsenen spielen besonders zu Weihnachten und Neujahr die Bilder eine Rolle. Aus Norwegen berichtet Olav Bø, daß die Weihnachtskarten "im großen und ganzen zur Freude aller waren, wenn sie ankamen, sie wurden deshalb in eine Schüssel oder Sammelschale gelegt, so daß sie davon berichten konnten, wer sich an einen erinnerte. Es lag oft eine große Ehre und auch Ansehen darin, viele Karten zu erhalten, wenn sie auf einen Ehrenplatz in der Stube gelegt wurden. Die Weihnachtskarten schufen Kontakte, sie trugen Botschaften von Mensch zu Mensch."

7. Die Volkskunst betrachtete ihr Material als etwas Vollendetes und Abgeschlossenes. Wenn der Künstler seinen Pinsel hingelegt hatte, war der Prozeß beendet.

Die Bildlore muß die Rolle der Bilder studieren, solange sie auf die Vorstellungen der Menschen einwirken. Eva Wigström, die Sammlerin schwedischer Folkloreerzeugnisse, hob hervor, daß die Einblattdrucke in ihrer Kin-

derzeit ihre Phantasie anregen. Darin erweist sich die Fähigkeit des Bildes, neue Vorstellungen zu schaffen, und aus diesem Grunde finden die Kunstpsychologen und Pädagogen es wichtig, den Kindern frühzeitig Bilderlebnisse zu verschaffen (Wigström 1949).

Es ist kaum die Aufgabe des Ethnologen und Folkloristen, die Bildrezeption insgesamt zu studieren, aber es ist wichtig, die "Bildmythen" zu beachten, die durch das Betrachten von Bildern geschaffen werden. So versuchen viele Bilder, Fabeltiere visuell darzustellen und haben dadurch dazu beigetragen, unsere Auffassung davon zu prägen, wie z.B. ein Drache aussieht (Holbek-Piø 1967). Bilder zeugen neue Bilder. In meinem kürzlich erschienenen Buch "Bildlore. Das Studium volkstümlicher Bildbotschaften" führe ich mehrere Beispiele dafür an. Vor allem die Bilder aus dem wirtschaftlichen Bereich, die Annoncen, nutzen geschickt die Eigenschaft der Bilder aus, Mythen zu schaffen. Die Anzeige der Autofirma liefert die Grundlage für Träume vom Auto als einem Mittel, weit Entferntes erreichbar zu machen, z.B. eine unberührte, reine Natur. Die illustrierten Kataloge multinationaler Unternehmen, die ich durchgesehen habe, sind selbst Beweise dafür, wie Bildmythen – und Weltbilder – mit Hilfe von Abbildungen aufgebaut werden. Und das ist nichts Neues. Bilder haben seit Jahrhunderten den Menschen geholfen, sich konkrete Vorstellungen von Himmel und Hölle und allem, was zwischen diesen liegt, zu machen. Aber gerade deshalb ist es wichtig, daß wir als Ethnologen uns nicht nur mit der expressiven, sondern auch mit der instrumentalen Funktion der Bilder befassen.

LITERATUR

- BEUTEL, M., u.a. 1978: *Tourismus. Ein kritisches Bilderbuch*, Bensheim.
- BRINGÉUS, N.-A. 1966: Gunnar Olof Hyltén-Cavallius som etnolog. En studie kring Wärend och Wirdarne. Stockholm.
- BRINGÉUS, N.-A. 1975: Källkritiska problem inom etnologisk forskning. In: *Saga och sed 1973-74*.
- BRINGÉUS, N.-A. 1981: *Bildlore. Studiet av folkliga bildbudskap*. Stockholm.
- BRÜCKNER, W. 1966: *Bildnis und Brauch. Studien zur Bildfunktion der Effigies*. Berlin.
- BRÜCKNER, W./PIESKE, K. 1973: *Die Bilderfabrik. Dokumentation zur Kunst- und Sozialgeschichte der industriellen Wandschmuckherstellung zwischen 1845 und 1973 am Beispiel eines Großunternehmens*. Frankfurt/M.
- FAUSING, B./LARSEN, P. (Hrsg.) 1980: *Visuell kommunikation*. 2 Bände, København.
- FRIDELL, L. (Hrsg.) 1977: *Bilden i barnboken*. Göteborg.
- FRØSIG-DALGAARD, H. 1978: Påklædningsdukker. In: *Arv og Eje*.
- GUSTAVSSON, A. 1978: Berättarsensur och berättartendens. In: *Tradisjon*.
- HANSEN, W. 1969: Die Dokumentation historischer Bildquellen der Arbeits- und Geräteforschung. In: *Arbeit und Gerät in volkskundlicher Dokumentation* (hrsg. von W. Hansen). Münster.
- HANSEN, W. 1980: Historische Bildquellen zu alten Geräten. In: *Volkskunst. Zeitschrift für volkstümliche Sachkultur*.
- HOLBEK, B./Piø, I. 1967: *Fabeldyr og sagnfolk*. København.
- JACOBSSON, B./Johannesson, L./Johnsson, A./Sjögren, O. (Hrsg.) 1980: *Folklig och kommersiell konst. En antologi*. Stockholm.
- JOHANNESSON, E. 1980: *Den läsande familjen. Familjetidskriften i Sverige 1850-1880*. Stockholm.
- JOHANNESSON, L. 1978: *Den massproducerade bilden. Ur bildindustrialismens historia*. Stockholm.
- KVIDELAND, R. 1974: *Norsk kyrkekunst etter reformasjonen*. In: *Bjørgvin*.
- NILSSON, S.Å. 1977: *Åsnesekvensen i Los Caprichos*. In: *Vetenskaps-societeten i Lund Årsbok*.
- PIESKE, Chr. 1979: Lord Byrons Held Mazeppa. Wanderungen eines Bildmotives durch die Trivialgraphik. In: *Kunst und Antiquitäten, IV. August*.
- ROSANDER, G. 1969: *Bokmärken, glansbilder, stycken. En värld i smått*. Östersund.
- RYDÉN, L. 1979: The role of the icon in Byzantine piety. In: *Religious symbols and their functions based on papers read at the symposium on religious symbols and their functions held at Åbo on the 28th-30th of August 1978*.
- SOMMER, R. 1980: *Brigadmåleri och grannskapskonst*. In: *Jacobsson, B. . . . Folklig och kommersiell konst. En antologi*. Stockholm.
- STJÄRNE, K. 1977: När bilderboken blir en världsartikel får verkligheten anpassa sig. In: *Fridell, L. (Hrsg.), Bilden i barnboken*. Göteborg.
- SVENSSON, S. 1972: (Hrsg.) *Nordisk folkkonst*. Lund.
- WIGSTRÖM, E. 1949: *Allmogeseder i Rönnebergs härad på 1840-talet*. 2. Aufl., Landskrona.

Ethnological Picture Study

Pictures have long been made use of in ethnological scholarship as sources. In other words, they have been used expressively, as cultural sources. The communicative aspects that have begun to be important in ethnology have, however, opened our eyes to the instrumental significance of pictures in both the society of an older day as well as our own. Without contribution to an increased segmentation of ethnology, I would like to plead for a form of scholarly research based on pictures that might be termed "Picturelore" (Sw. *Bildlore*), analogous to "Booklore", "Masslore", and the like. With this evaluatively neutral term, we avoid the drawback so obvious in folk art to the concepts of "folk" and "art". In what follows I wish to summarize my ideas in point-form and, in doing so, purposely contrast picturelore with earlier folk art scholarship.

1. Folk art research was provincially oriented primarily toward peasant art as manifested in, for example, paintings on furniture or wall hangings. *Picturelore, like folklore, must have an international approach.* Early on, woodcuts became an "international language" that was spoken in the streets of both Amsterdam and Rome. They served as a frame of reference for illiterate people, but "bourgeois" pictures were internationally accessible too, thanks to international bourgeois taste. Later mass-produced pictures called for an international distribution network and often had multi-lingual captions.

2. The prefix "folk" in folk art in itself contributed to a delimitation of art forms in different social strata. In practice, folk art covered rustic art, particularly that of the class of more prosperous peasants who could afford to decorate their homes and objects. *Picturelore must transgress all social boundaries.* Many mass-produced pictures are modeled upon works by great artists. Woodcuts and painted wall hangings found their first customers in the upper strata of the peasantry, but spread out little by little into farm-hand's rooms and maid's chambers. Today we find different pictures in the nursery, teenagers' room, and where adults and older people gather. Pictures different from those found in homes are put up in factories, workshops, military barracks, and offices. Picturelore must study all of these diverse visual messages.

3. Folk art study, following the model of art history, was chiefly historically oriented and restricted to the pre-industrial era. *Picturelore must work with an unrestricted perspective both backward and forward in time.* With the communicative perspective of pictures, no great dividing line arises between "popular" and "mobile" culture, to make use of Sigurd Erixon's terminology. Popular visual messages are extremely hardy. We can often follow them from the Middle Ages up into the 19th century. With such long temporal perspectives, it is possible to study both the constancy of, and change in, visual message. It is important, however, not to neglect the study of pictorial messages such as those we come across on a milk carton or record jacket.

4. Folk art scholarship, like art history, had a qualitative value judgement of its research material. This evaluation was based above all on aesthetic criteria. *Picturelore must free itself from qualitative evaluations of pictures.* It must, instead, apply a quantitative viewpoint based on their being a commodity. The greater the circulation, i.e., the greater the opportunities for influence that a picture has, the more important it is for ethnological picture scholarship. For picturelore, therefore, "trivial" pictures are especially interesting. Hence, all types of pictures used by various categories of people — including abstract ones — are part of picturelore.

5. The folk art scholar, like other humanists, distanced himself from his research material by explaining that he was carrying out objective or non-evaluative research. However, source criticism must not be allowed to become *l'art pour l'art*. Unbiased or objective picture research does not exist. The researcher himself carries his bias with him in the form of a mental picture, trained in the direction, as well as the form of the influence of his era, age, group, and environment.

If we view pictures as instruments of communication and not merely as sources and documents, we discover that "objective" pictures are hardly to be found. *Picturelore must endeavor to lay bare the value judgements and attitudes of which pictures are an expression*. This is its most important task. In doing so, picturelore fulfills a direct social function. It can contribute toward elucidating camouflaged messages and opening people's eyes to visual manipulation.

6. Folk art scholarship looked at individual objects and exposed them as dead museum objects, not infrequently with sophisticated methods of exposure. *Picturelore must study pictures in their contexts and as a part of human activity*, not merely as an object of consideration. Many pictures are cult pictures used both within and outside the church. But pictures play a large part in human life outside the religious sphere as well. Printed sheets of illustrations were used during the 19th century in making paper dolls, construction cardboard houses, and holding puppet shows, just as certain types of glossy pictures are used as objects of trade among children. Pictures have a role in adult interaction too; Christmas cards are one example of this.

7. Folk art viewed its material as something completed, brought to an end. When the artist had put down his or her brush the process was finished. *Picturelore must study the role of pictures as long as they exert an influence on people's ideas*. The picture has an ability to create new ideas. It is hardly the ethnologist's task to study the perception of pictures, but it is important to observe how visual myths are created through our consideration of pictures. For example, pictures have contributed to our notions of what imaginary animals such as dragons look like. In my recently published book, *Bildlore. Studiet av folkliga bildbudskap* (Stockholm 1980, Gidlunds förlag), I cite numerous examples of this. For many centuries, pictures have helped people acquire concrete ideas of heaven and hell and everything in between. Precisely because of this, it is important, that, as ethnologists, we do not content ourselves with the expressive function of pictures, but also concern ourselves with their instrumental function.